Máster Título Propio

MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio

MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos

Modalidad: **Online**

Duración: **12 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **1.500 h.**

Acceso web: **www.techtitute.com/videojuegos/master/master-mba-direccion-empresas-videojuegos**

Índice

01 Presentación — pág. 4

02 Objetivos — pág. 8

03 Competencias — pág. 12

04 Dirección del curso — pág. 16

05 Estructura y contenido — pág. 20

06 Metodología — pág. 30

07 Titulación — pág. 38

01

Presentación

La dirección de una empresa dedicada al sector de los videojuegos implica diversas tareas y objetivos a cumplir. Son muchos los factores a tener en cuenta, como por ejemplo las técnicas de marketing a utilizar, el conocimiento de programas específicos o las habilidades necesarias para liderar un equipo humano. Por eso, este programa tiene como objetivo capacitar al egresado en estas labores a través de una metodología académica más vanguardista. Gracias a esto, el estudiante adquirirá valiosas e imprescindibles cualidades para la dirección de empresas digitales o de videojuegos.





Con este Máster Título Propio el camino hacia el éxito será más sencillo gracias a las herramientas que adquirirás en la alta dirección de empresas de videojuegos”

Las empresas dedicadas a la creación de videojuegos están en pleno auge. Es un mercado emergente, el cual tiene muchos compradores alrededor del mundo por lo que la exigencia dentro del mismo cada vez es mayor. La dirección dentro de este tipo de empresas, requiere una serie de destrezas a desarrollar que hagan despegar a la empresa hacia el éxito en sus ventas.

Por este motivo, estar al cargo de la dirección de la empresa es una responsabilidad muy grande a la vez que imponente. Es importante conocer todos los recovecos del sector, para así indagar en todos esos aspectos y mejorarlos constantemente con el objetivo de obtener resultados finales de calidad.

El MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos está pensado para servir como guía para aquellos profesionales que quieran desarrollar una carrera laboral dentro de la dirección de compañías que se dediquen al ámbito de los videojuegos. A través de unos contenidos claros y contundentes, el egresado alcanzará las competencias necesarias, para el desarrollo de las labores propias del puesto.

Con una metodología online, este programa se posiciona como una opción perfecta para quien quiera combinar sus estudios con su actividad laboral o su vida personal. TECH aplica en esta titulación el *Relearning,* una técnica de aprendizaje de efectividad probada. Ésta consiste en la repetición de conceptos clave por parte del profesorado, para así desarrollar un aprendizaje sin fisuras.

Este **MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Dirección de Empresas de Videojuegos
- Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- Su especial hincapié en metodologías innovadoras
- Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet

Conviértete en referente dentro de uno de los sectores más punteros del momento”

Las empresas digitales y de videojuegos se encuentran en auge debido al rápido crecimiento de la tecnología. Únete a esta revolución estudiando en TECH”

Enseñarte a dirigir empresas de éxito es uno de los principales objetivos de este programa.

Con nuestra metodología online podrás organizar tu tiempo de estudio de una manera práctica y eficiente.

El programa incluye, en su cuadro docente, a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.



02

Objetivos

Este MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos de TECH es guiar al egresado, en los pilares fundamentales de la dirección estratégica de la empresa. Esta titulación cuenta con un temario con todos los conceptos clave para comprender y ejecutar un plan estratégico que sirva de referencia, para una correcta coordinación y ejecución del trabajo entre los miembros del equipo. Por tanto, la persona que curse este programa llegará al final con una serie de conocimientos apropiados para desarrollar su rol dentro del ámbito laboral.





Dirige a un equipo humano hacia un mismo objetivo: el éxito"

Objetivos generales

- Generar estrategias para la industria
- Comprender en profundidad y diseñar proyectos de videojuegos
- Conocer en profundidad las tecnologías emergentes e innovaciones en la industria
- Desarrollar estrategias orientadas al videojuego
- Dominar las áreas funcionalidades de las empresas que tiene el sector del videojuego
- Aprender en detalle cómo desarrollar estrategias de marketing y ventas
- Aprender de manera amplia a crear empresas orientadas al mercado de los videojuegos
- Conocer en profundidad el impacto en la gestión de proyectos y en el liderazgo de equipos



Objetivos específicos

Módulo 1. El contexto global y el ecosistema del videojuego
- Conocer el contexto y los componentes de la estrategia empresarial con foco en la industria de videojuegos

Módulo 2. Dirección de empresas de videojuegos
- Aprender en detalle toda la estructura de la cadena de valor de la industria y obtener las competencias necesarias para la dirección de las distintas organizaciones del sector

Módulo 3. Marketing digital y la transformación digital del videojuego
- Identificar y saber desarrollar todas las disciplinas y técnicas del Marketing Gaming que permiten impulsar los modelos de negocio en la industria del videojuego

Módulo 4. Creación de empresas de videojuegos
- Conocer ampliamente los principales elementos para la creación de empresas que puedan tener un posicionamiento en el mercado de los videojuegos

Módulo 5. Gestión de Proyectos
- Conocer en detalle la operación y la gestión de proyectos

Módulo 6. La innovación
- Estudiar ampliamente los principales elementos para el desarrollo de soluciones innovadores y viables para los distintos servicios y productos de videojuegos

Módulo 7. Dirección financiera
- Identificar y reconocer los aspectos más críticos en la gestión económica y financiera como una de las principales competencias para la gestión empresarial

Módulo 8. Dirección comercial
- Desarrollar altas competencias comerciales en los principales procesos para aumentar las capacidades de venta y desarrollo de negocio en las empresas del sector

Módulo 9. Gestión del esports
- Conocer en profundidad, aprender y estudiar todo el subecosistema del esports, tanto sus principales actores, como los modelos de negocio con el fin de ser apto para desarrollar este mercado

Módulo 10. Liderazgo y gestión de talento
- Adquirir competencias y habilidades sobre las nuevas competencias que requieren las personas para liderar los modelos de negocio y los proyectos en la industria del videojuego

Nuestras herramientas te ayudarán y acompañarán todo el camino para que alcances tus objetivos”

03

Competencias

Todas las competencias que adquiera el alumno durante su recorrido de aprendizaje en este MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos, le serán de gran utilidad en su futuro laboral. A través de este programa encontrará las respuestas a las necesidades de las empresas del sector y los detalles de las actividades a desarrollar con éxito un cargo directivo dentro de una compañía del ámbito digital.





A través de distintas competencias como la comprensión del ecosistema de la industria de los videojuegos, entenderás y aprenderás a ejecutar un plan infalible para un futuro puesto en el mercado laboral dentro de una empresa de este ámbito"

Competencias generales

- Desarrollar estrategias de Negocio orientadas a empresas digitales y de videojuegos
- Dominar las áreas de gestión de las empresas digitales y de videojuegos
- Aprender en profundidad cómo diseñar proyectos de videojuegos
- Conocer en detalle el ecosistema de la industria del videojuego
- Aprender en detalle las tecnologías al servicio de los videojuegos, desde un punto de vista de negocio
- Conocer ampliamente el impacto de las acciones de Marketing y Sales
- Analizar la gestión financiera y económica de una empresa de videojuegos
- Comprender en detalle los principales aspectos para la creación de empresas de videojuegos
- Adquirir altos criterios sobre tecnologías emergentes e innovación en la industria de los videojuegos
- Adquirir las más complejas habilidades y competencias para liderar modelos de negocio y proyectos del ámbito de los videojuegos

Competencias específicas

- Sumergirse en el alcance estratégico de las empresas digitales y de videojuegos
- Analizar aspectos como el proceso estratégico y la necesidad de realizar análisis de las distintas variables que requiere una formulación estratégica
- Conocer las herramientas de estudio para el análisis sectorial del videojuego, la posición competencial y el entorno económico
- Fundamentar los objetivos y funciones de la dirección estratégica en las empresas digitales y de videojuegos
- Considerar los elementos que componen la estructura del sector y la particular de la cadena de valor
- Repasar los elementos de la cadena de valor de los videojuegos
- Aportar valor en aspectos como el comercio electrónico
- Trabajar como son los perfiles profesionales del sector de los videojuegos y de los clubs profesionales de *esports*
- Aprender a diseñar un plan de Marketing Digital
- Hacer hincapié en las disciplinas de captación de tráfico y audiencia para la distribución de los mensajes comerciales
- Trabajar las técnicas de *Display* y Programática publicitaria
- Aprender las disciplinas del *Inbound Marketing* y de *Account Based* Marketing
- Asimilar los procesos de Marketing Digital y las soluciones actuales para su automatización
- Conocer las necesidades que requiere la creación de una empresa y su búsqueda de la sostenibilidad

- Repasar elementos clave en un Plan de Negocio y sus necesidades de inversión
- Estudiar los pormenores de la producción de un videojuego y las operaciones posteriores a su puesta en mercado
- Analizar cómo operan los nuevos modelos de distribución online
- Adquirir conocimientos sobre la gestión de proyectos
- Comprender las arquitecturas de los proyectos de videojuegos
- Trabajar casos de realización de fases de concepción, lanzamiento y ejecución de proyectos
- Ver como se integra en un proyecto la gestión de la publicidad y el marketing
- Repasar los elementos y componentes que se requieren para que el profesional desarrolle capacidades y habilidades innovadoras
- Tratar y gestionar el talento como parte fundamental del capital de una empresa digital y de videojuegos
- Trabajar y dar un repaso detallado de los modelos de negocio innovadores que se están desarrollando en la industria
- Conocer las habilidades, conocimientos y competencias en el análisis económico financiero
- Adquirir un alto conocimiento financiero sobre el negocio
- Trabajar los aspectos más relevantes del sistema financiero
- Ahondar en todos los apartados que conforman el sistema económico y financiero de una empresa digital y de videojuegos
- Adquirir competencias comerciales
- Desarrollar correctamente las acciones encaminadas hacia la comercialización y venta de productos o servicios
- Poner en práctica y conocer cómo trabaja la dirección comercial y de ventas para aplicar las técnicas más actuales
- Aprender y comprender a gestionar los eventos, campeonatos y convenciones de los *esports*
- Entender las dos entidades más relevantes del *esports*: El Jugador y El Club
- Conocer en profundidad los distintos modelos de negocio que pueden desarrollarse en la gestión del *esports*, así como los aspectos más relevantes en el desarrollo de los eventos y campeonatos o la gestión de patrocinios y publicidad
- Plantear estrategias de venta de *merchandising*
- Aplicar el *Influencer* Marketing de forma rentable
- Adquirir competencias y habilidades sobre liderazgo
- Trabajar las competencias sobre la gestión del talento mediante análisis y desarrollo de los procesos de Recursos Humanos
- Conocer en detalle las *Soft Skills*
- Desarrollar el liderazgo pragmático

Conoce todos los detalles de la dirección de una empresa y podrás ponerlo en práctica en tu futuro profesional, desde las competencias comerciales hasta trabajar codo con codo con el Inbound Marketing"

04

Dirección del curso

Con el objetivo de que el alumno adquiera los conocimientos pertinentes para desarrollar una dirección de empresas digitales y de videojuegos de calidad, este programa posee un profesorado altamente preparado. Así, cuentan con un interesante recorrido laboral en el que han acumulado experiencia, lo cual es sumamente útil de cara a la elaboración del material didáctico con el que cuenta este Máster Título Propio .El alumno, por tanto, tiene el aval de una alta calidad por parte de los docentes que lo guiarán a través de su recorrido académico.





Aprende junto a los mejores profesionales los secretos para llevar una empresa artística y de videojuegos al éxito”

Dirección



D. Moreno Campos, Daniel

- Chief Operations Officer en Marshals
- Tutor - Instructor en Edix (UNIR)
- Product Owner Certification – Profesor Ascociado en ESIC Business & Marketing School
- Profesor en Boluda.com
- Project Manager Officer en Sum - The Sales Intelligence Company
- Content Manager en GroupM (WPP)



05

Estructura y contenido

Este programa cuenta con un temario diseñado teniendo en cuenta los requerimientos las compañías, de la mano del personal docente que compone esta titulación. Por tanto, se sigue un plan de estudios cuyo contenido ofrece los conocimientos y herramientas necesarias para una vista global sobre las diferentes gestiones y estrategias para un desarrollo óptimo de las tareas necesarias en un puesto de trabajo dentro del sector. En todos los módulos, el alumno irá adquiriendo las destrezas que deben aplicarse en la dirección de empresas digitales y de videojuegos.





Este Máster Título Propio sigue un plan de estudios hecho a medida para que aprendas de una manera eficaz todo lo necesario en la dirección de empresas digitales y de videojuegos"

Módulo 1. Estrategia en empresas digitales y videojuegos

1.1. Empresas Digitales y Videojuegos
- 1.1.1. Componentes de la estrategia
- 1.1.2. Ecosistema digital y del videojuego
- 1.1.3. Posicionamiento Estratégico

1.2. El Proceso estratégico
- 1.2.1. Análisis estratégico
- 1.2.2. Selección de alternativas estratégicas
- 1.2.3. Implantación de la estrategia

1.3. Análisis estratégico
- 1.3.1. Interno
- 1.3.2. Externo
- 1.3.3. Matriz DAFO y CAME

1.4. Análisis Sectorial del Videojuego
- 1.4.1. Modelo de las 5 fuerzas de Porter
- 1.4.2. Análisis PESTEL
- 1.4.3. Segmentación Sectorial

1.5. Análisis posición competencial
- 1.5.1. Crear y monetizar el valor estratégico
- 1.5.2. La búsqueda de nicho vs la segmentación del mercado
- 1.5.3. La sustentabilidad del posicionamiento competitivo

1.6. Análisis del entorno económico
- 1.6.1. Globalización e internacionalización
- 1.6.2. La inversión y el ahorro
- 1.6.3. Indicadores de producción, productividad y empleo

1.7. Dirección estratégica
- 1.7.1. Un marco para el análisis de la estrategia
- 1.7.2. El análisis del entorno sectorial, recursos y capacidades
- 1.7.3. Puesta en práctica de la estrategia

1.8. Formular la estrategia
- 1.8.1. Estrategias corporativas
- 1.8.2. Estrategias genéricas
- 1.8.3. Estrategias de cliente

1.9. Implementación de la estrategia
- 1.9.1. Planificación estratégica
- 1.9.2. Comunicación y esquema de participación de la organización
- 1.9.3. Gestión del cambio

1.10. Los Nuevos Negocios estratégicos
- 1.10.1. Los océanos azules
- 1.10.2. El agotamiento de la mejora incremental en la curva de valor
- 1.10.3. Negocios de costo marginal cero

Módulo 2. Dirección de empresas de videojuegos

2.1. Sector y cadena de valor
- 2.1.1. El valor en el sector del entretenimiento
- 2.1.2. Elementos de la cadena de valor
- 2.1.3. Relación entre cada uno de los elementos de la cadena de valor

2.2. Los desarrolladores de videojuegos
- 2.2.1. La propuesta conceptual
- 2.2.2. Diseño creativo y argumento del videojuego
- 2.2.3. Tecnologías aplicables al desarrollo del videojuego

2.3. Fabricantes de Consolas
- 2.3.1. Componentes
- 2.3.2. Tipología y fabricantes
- 2.3.3. Generación de consolas

2.4. Publishers
- 2.4.1. Selección
- 2.4.2. Gestión del desarrollo
- 2.4.3. Generación de productos y servicios

2.5. Distribuidores
- 2.5.1. Acuerdos con distribuidores
- 2.5.2. Modelos de distribución
- 2.5.3. La logística de distribución

2.6. Minoristas
- 2.6.1. Minoristas
- 2.6.2. Orientación y vinculación con el consumidor
- 2.6.3. Servicios de asesoramiento

2.7. Fabricantes de accesorios
- 2.7.1. Accesorios para el gaming
- 2.7.2. Mercado
- 2.7.3. Tendencias

2.8. Desarrolladores de middleware
- 2.8.1. Middleware en la industria de los videojuegos
- 2.8.2. Desarrollo middleware
- 2.8.3. Middleware: tipología

2.9. Perfiles profesionales del sector de los videojuegos
- 2.9.1. Game Designers y Programadores
- 2.9.2. Modeladores y texturizadores
- 2.9.3. Animadores e ilustradores

2.10. Los clubs profesionales de esports
- 2.10.1. El área administrativa
- 2.10.2. El área deportiva
- 2.10.3. El área de comunicación

Módulo 3. Marketing digital y transformación digital del videojuego

3.1. Estrategia en Marketing Digital
- 3.1.1. Customer Centric
- 3.1.2. Customer Journey y Funnel de Marketing
- 3.1.3. Diseño y Creación de un Plan de Marketing Digital

3.2. Activos Digitales
- 3.2.1. Arquitectura y Diseño Web
- 3.2.2. Experiencia Usuario - CX
- 3.2.3. Mobile Marketing

3.3. Medios Digitales
- 3.3.1. Estrategia y Planificación de Medios
- 3.3.2. Display y prográmatica publicitaria
- 3.3.3. Digital TV

3.4. Search
- 3.4.1. Desarrollo y aplicación de una Estrategia Search
- 3.4.2. SEO
- 3.4.3. SEM

3.5. Social Media
- 3.5.1. Diseño, planificación y analítica en una estrategia de Social Media
- 3.5.2. Técnicas de marketing en Redes sociales horizontales
- 3.5.3. Técnicas de marketing en Redes sociales verticales

3.6. Inbound Marketing
- 3.6.1. Funnel del Inbound Marketeing
- 3.6.2. Generación de Content Marketing
- 3.6.3. Captación y gestión de leads

3.7. Account Based Marketing
- 3.7.1. Estrategia de Marketing B2B
- 3.7.2. Decisión Maker y mapa de contactos
- 3.7.3. Plan de Account Based Marketing

3.8. Email marketing y landing Pages
- 3.8.1. Características del email marketing
- 3.8.2. Creatividad y landing pages
- 3.8.3. Campañas y acciones de email marketing

3.9. Automatización del Marketing
- 3.9.1. Marketing Automation
- 3.9.2. Big data y AI aplicado al marketing
- 3.9.3. Principales soluciones del marketing automation

3.10. Métricas, KPIs y ROI
- 3.10.1. Principales métricas y KPIs del Marketing Digital
- 3.10.2. Soluciones y herramientas de medición
- 3.10.3. Cálculo y seguimiento del ROI

Módulo 4. Creación de empresas de videojuegos

4.1. Emprendimiento
- 4.1.1. Estrategia emprendedora
- 4.1.2. El proyecto de Emprendimiento
- 4.1.3. Metodologías ágiles de emprendimiento

4.2. Innovaciones tecnológicas en el videojuego
- 4.2.1. Innovaciones en consolas y periféricos
- 4.2.2. Innovación en motion capture y live dealer
- 4.2.3. Innovación en gráficos y software

4.3. Plan de negocio
- 4.3.1. Segmentos y Propuesta de Valor
- 4.3.2. Procesos, recursos y Alianzas Claves
- 4.3.3. Relación Cliente y Canales de interacción

4.4. Inversión
- 4.4.1. Inversiones en la industria del videojuego
- 4.4.2. Aspectos críticos para la captura de inversiones
- 4.4.3. Financiación Startups

4.5. Finanzas
- 4.5.1. Ingresos y eficiencias
- 4.5.2. Gastos Operativos y de Capital
- 4.5.3. La cuenta de resultados y el balance

4.6. Producción videojuegos
- 4.6.1. Herramientas de Simulación de la Producción
- 4.6.2. Gestión Programada de la Producción
- 4.6.3. Gestión del Control de la Producción

4.7. Gestión de Operaciones
- 4.7.1. Diseño, Localización y Mantenimiento
- 4.7.2. Gestión de la Calidad
- 4.7.3. Gestión de Inventarios y de la Cadena de Suministros

4.8. Nuevos modelos de distribución online
- 4.8.1. Modelos de logística online
- 4.8.2. Entrega directa online y SaaS
- 4.8.3. Dropshipping

4.9. Sostenibilidad
- 4.9.1. Creación de Valor Sostenible
- 4.9.2. ASG (Ambientales, sociales y de Gobierno)
- 4.9.3. Sostenibilidad en la estrategia

4.10. Aspectos Jurídicos
- 4.10.1. Propiedad Intelectual
- 4.10.2. Propiedad Industrial
- 4.10.3. RGDP

Módulo 5. Gestión de proyectos

5.1. Ciclo de vida de un proyecto de videojuegos
- 5.1.1. Fase conceptual y preproducción
- 5.1.2. Fase de producción y las fases finales
- 5.1.3. Fase postproducción

5.2. Proyectos de videojuego
- 5.2.1. Géneros
- 5.2.2. Serious Games
- 5.2.3. Subgéneros y nuevos géneros

5.3. Arquitectura de un proyecto de videojuegos
- 5.3.1. Arquitectura interna
- 5.3.2. Relación entre elementos
- 5.3.3. Visión holística del videojuego

5.4. Los videojuegos
- 5.4.1. Aspectos lúdicos en los videojuegos
- 5.4.2. Diseño de videojuegos
- 5.4.3. Gamificación

5.5. La técnica del videojuego
- 5.5.1. Elementos internos
- 5.5.2. Motores de los videojuegos
- 5.5.3. Influencia de la técnica y el marketing en el diseño

5.6. Concepción, lanzamiento y ejecución de proyectos
- 5.6.1. Desarrollo previo
- 5.6.2. Fases del desarrollo de videojuegos
- 5.6.3. La involucración del consumidor en el desarrollo

5.7. Gestión de la organización de un proyecto de videojuegos
- 5.7.1. El equipo de desarrollo y publisher
- 5.7.2. Equipo de operaciones
- 5.7.3. Equipo de ventas y marketing

5.8. Manuales para el desarrollo de videojuegos
- 5.8.1. Manual de Diseño y Técnica del Videojuego
- 5.8.2. Manual del Desarrollador de videojuegos
- 5.8.3. Manual de requerimientos y especificación técnicas

5.9. Publicación y marketing de videojuegos
- 5.9.1. Preparación Kick off del videojuego
- 5.9.2. Canales de comunicación digitales
- 5.9.3. Delivery, progreso y seguimiento del éxito

5.10. Metodologías ágiles aplicables a proyectos de videojuegos
- 5.10.1. Design and Visual Thinking
- 5.10.2. Lean Starup
- 5.10.3. Scrum development and sales

Módulo 6. Innovación

6.1. Estrategia e Innovación
- 6.1.1. Innovación en videojuegos
- 6.1.2. Gestión de la innovación en videojuegos
- 6.1.3. Modelos de innovación

6.2. Talento innovador
- 6.2.1. La implantación de la cultura de la innovación en las organizaciones
- 6.2.2. Talento
- 6.2.3. Mapa de Cultura de la Innovación

6.3. La Dirección y Gestión del Talento en la Economía Digital
- 6.3.1. Ciclo de vida del Talento
- 6.3.2. Captación - condicionantes generacionales
- 6.3.3. Retención: engagement, fidelización, evangelistas

6.4. Modelos de negocio en la Innovación de videojuegos
- 6.4.1. La innovación en los modelos de negocio
- 6.4.2. Herramientas de innovación al negocio
- 6.4.3. Business Model Navigator

6.5. Dirección de proyectos de innovación
- 6.5.1. Cliente y proceso de innovación
- 6.5.2. Diseño de la Propuesta de Valor
- 6.5.3. Organizaciones exponenciales

6.6. Metodologías ágiles en innovación
- 6.6.1. Metodología Design Thinking y Lean Startup
- 6.6.2. Modelos ágiles de dirección de proyectos: Kanban y Scrum
- 6.6.3. Lean Canvas

6.7. Gestión de validación de la innovación
- 6.7.1. Prototipado (PMV)
- 6.7.2. Validación del Cliente
- 6.7.3. Pivotar o preservar

6.8. Innovación en Procesos
- 6.8.1. Oportunidades de innovación en procesos
- 6.8.2. Time-to-Market, Reducción tareas de no valor y Eliminación de defectos
- 6.8.3. Herramientas metodológicas para la innovación en procesos

6.9. Tecnología Disruptivas
- 6.9.1. Tecnologías de Hibridación Físico – Digital
- 6.9.2. Tecnologías en Comunicación y Tratamiento de Datos
- 6.9.3. Tecnologías de Aplicación en Gestión

6.10. El retorno de la inversión en Innovación
- 6.10.1. Estrategias de monetización de datos y activos de innovación
- 6.10.2. El ROI de la Innovación. Enfoque general
- 6.10.3. Embudos

Módulo 7. Gestión financiera

7.1. Contabilidad
- 7.1.1. Contabilidad
- 7.1.2. Las cuentas anuales y otros informes
- 7.1.3. Inmovilizado material, inversiones inmobiliarias e inmovilizado intangible

7.2. Gestión Financiera
- 7.2.1. Instrumentos financieros
- 7.2.2. Finanzas corporativas y administración financiera
- 7.2.3. Finanzas para emprendedores

7.3. Análisis de estados financieros
- 7.3.1. Análisis de los estados financieros
- 7.3.2. Análisis de la liquidez y la solvencia
- 7.3.3. Gestión de tesorería

7.4. Operaciones financieras
- 7.4.1. Operaciones financieras
- 7.4.2. Gestión de la inversión
- 7.4.3. Criterios de elección de inversiones ciertas

7.5. El sistema financiero
- 7.5.1. El sistema financiero
- 7.5.2. Estructura y funcionamiento del sistema financiero
- 7.5.3. El mercado de valores

7.6. Control de gestión
- 7.6.1. Control de gestión
- 7.6.2. Centros de responsabilidad
- 7.6.3. Sistemas de costes

7.7. Control Presupuestario
- 7.7.1. El proceso presupuestario
- 7.7.2. Organización y gestión presupuestaria
- 7.7.3. Control presupuestario





7.8. Gestión de Tesorería
- 7.8.1. Cash management y el presupuesto de Tesorería
- 7.8.2. Cobros de las operaciones comerciales
- 7.8.3. Pago de las operaciones comerciales

7.9. Financiación de Empresas
- 7.9.1. Ventajas, inconvenientes e implicaciones de la deuda
- 7.9.2. Elección de la estructura de capital en la empresa
- 7.9.3. Cambios en la estructura de capital

7.10. Valoración de empresas
- 7.10.1. Métodos contables y valor de negocio
- 7.10.2. Activos y deuda
- 7.10.3. Diagnóstico de valoración de empresas y presentación a inversores

Módulo 8. Dirección comercial

8.1. Modelos de organización comercial
- 8.1.1. El departamento comercial
- 8.1.2. Herramientas del departamento comercial
- 8.1.3. La fuerza de ventas

8.2. Objetivos comerciales
- 8.2.1. Planificación comercial
- 8.2.2. Previsiones y presupuestos
- 8.2.3. Presupuesto comercial

8.3. Previsión comercial
- 8.3.1. Rentabilidad del departamento comercial
- 8.3.2. Previsión de ventas
- 8.3.3. Control de la actividad comercial

8.4. Nuevos modelos relacionales
- 8.4.1. La comercialización en los nuevos modelos de negocio
- 8.4.2. La personalización como principal driver de la relación con los clientes
- 8.4.3. El desarrollo de la experiencia del cliente

8.5. La venta consultiva
- 8.5.1. Psicología de la venta
- 8.5.2. La comunicación persuasiva
- 8.5.3. Introducción y evolución de los métodos de venta

8.6. Modalidades de venta
- 8.6.1. La venta retail o B2C
- 8.6.2. La venta externa B2B
- 8.6.3. La venta online

8.7. Digital Social Selling
- 8.7.1. Social Selling
- 8.7.2. La actitud Social: crear red de contactos
- 8.7.3. Proceso de captación de un nuevo cliente utilizando social media

8.8. Metodologías de Digital Sales
- 8.8.1. Principales metodologías ágiles en el Digital Sales
- 8.8.2. Scrum Sales, Neat Selling, Snap Selling, Spin Selling
- 8.8.3. Inboud Sales B2B y Account Based Marketing

8.9. El soporte del Marketing en el área comercial
- 8.9.1. Gestión del marketing
- 8.9.2. El valor del marketing digital (B2C / B2B)
- 8.9.3. Gestión del Marketing Mix en el área comercial

8.10. Organización y planificación del trabajo del vendedor
- 8.10.1. Zonas y rutas de venta
- 8.10.2. Gestión del tiempo y dirección de reuniones
- 8.10.3. Análisis y toma de decisiones

Módulo 9. Gestión esports

9.1. La industria del esports
- 9.1.1. Esports
- 9.1.2. Actores de la industria del esports
- 9.1.3. El modelo de negocio y el mercado del esports

9.2. La gestión de los Clubes de esports
- 9.2.1. La importancia de los clubs en esports
- 9.2.2. Creación de clubes
- 9.2.3. Administración y gestión de los clubes de esports

9.3. La relación eGamers
- 9.3.1. El rol del jugador
- 9.3.2. Habilidades y competencias del jugador
- 9.3.3. Jugadores como embajadores de marca

9.4. Las competiciones y los eventos
- 9.4.1. El delivery en esports: Competiciones y eventos
- 9.4.2. La gestión del evento y los campeonatos
- 9.4.3. Los principales campeonatos locales, regionales, nacionales y globales

9.5. La gestión del patrocinio en los esports
- 9.5.1. La gestión del Patrocinio en E-Sports
- 9.5.2. Tipos de Patrocinios en eSports
- 9.5.3. El acuerdo de Patrocinio esports

9.6. La gestión de la publicidad en el esports
- 9.6.1. Advergaming: nuevo formato publicitario
- 9.6.2. El Branded Content en esports
- 9.6.3. Los eSports como Estrategia Comunicativa

9.7. El Markeitng en la gestión del esports
- 9.7.1. La gestión del Owned Media
- 9.7.2. La gestión del Paid Media
- 9.7.3. Especial foco en el Social Media

9.8. Influencer Marketing
- 9.8.1. Marketing influencer
- 9.8.2. La gestión de audiencia y su impacto en esports
- 9.8.3. Modelos de negocio en el influencer Marketing

9.9. Merchant
- 9.9.1. La venta de servicios y productos asociados
- 9.9.2. El merchandising
- 9.9.3. El comercio electrónico y los market places

9.10. Métricas y KPIs del esports
- 9.10.1. Métricas
- 9.10.2. Los KPIs de progreso y de éxito
- 9.10.3. Mapa estratégico de objetivos e indicadores

Módulo 10. Liderazgo y gestión del talento

10.1. Empresa, Organización y Recursos Humanos
- 10.1.1. Organización y estructura organizacional
- 10.1.2. La Dirección estratégica
- 10.1.3. Análisis y organización del trabajo

10.2. La gestión de Recursos Humanos en la empresa
- 10.2.1. La organización en los Recursos Humanos
- 10.2.2. Canales de reclutamiento
- 10.2.3. Candidaturas en el sector de los videojuegos

10.3. Liderazgo personal y profesional
- 10.3.1. Lideres y procesos de liderazgos
- 10.3.2. La autoridad de la comunicación
- 10.3.3. Negociación con el éxito y el fracaso

10.4. Gestión del conocimiento y Gestión del Talento
- 10.4.1. Gestión estratégica del talento
- 10.4.2. Tecnologías aplicadas a la gestión de recursos humanos
- 10.4.3. Modelos de innovación en recursos humanos

10.5. La gestión del conocimiento como clave en el crecimiento de la empresa
- 10.5.1. Objetivos generales de la gestión del conocimiento
- 10.5.2. Estructura de los sistemas de gestión del conocimiento y flujos
- 10.5.3. Procesos en la gestión del conocimiento

10.6. Coaching y Mentoring
- 10.6.1. PNL
- 10.6.2. Coaching y Mentoring
- 10.6.3. Procesos

10.7. Nuevas formas de liderazgo en entornos VUCA
- 10.7.1. Gestión individual del cambio
- 10.7.2. Gestión del cambio organizativo
- 10.7.3. Herramientas

10.8. Gestión de la diversidad
- 10.8.1. La incorporación de las nuevas generaciones en el liderazgo
- 10.8.2. Liderazgo femenino
- 10.8.3. Gestión de la multiculturalidad

10.9. Lider Coah
- 10.9.1. Las habilidades del líder coach
- 10.9.2. Feedback y Feedforward
- 10.9.3. El reconocimiento

10.10. Adaptación a las nuevas tecnologías
- 10.10.1. Actitud
- 10.10.2. Conocimiento
- 10.10.3. Seguridad

Un programa completo con todo lo necesario para te posiciones dentro de las mejores compañías del sector”

06

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine.***





Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización"

En TECH empleamos el Método del Caso

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo"



Somos la primera universidad online en español que combina los case studies de Harvard Business School con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración.



El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

Este programa intensivo de Videojuegos de TECH Universidad Tecnológica te prepara para afrontar todos los retos en esta área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer el crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso, en TECH Universidad Tecnológica utilizarás los *case studies* de Harvard, con la cual tenemos un acuerdo estratégico, que nos permite acercar a nuestros alumnos los materiales de la mejor universidad del mundo.

> *Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera"*

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomasen decisiones y emitiesen juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que te enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo de 4 años, te enfrentarás a múltiples casos reales. Deberás integrar todos tus conocimientos, investigar, argumentar y defender tus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

Nuestra universidad es la primera en el mundo que combina los *case studies* de Harvard University con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

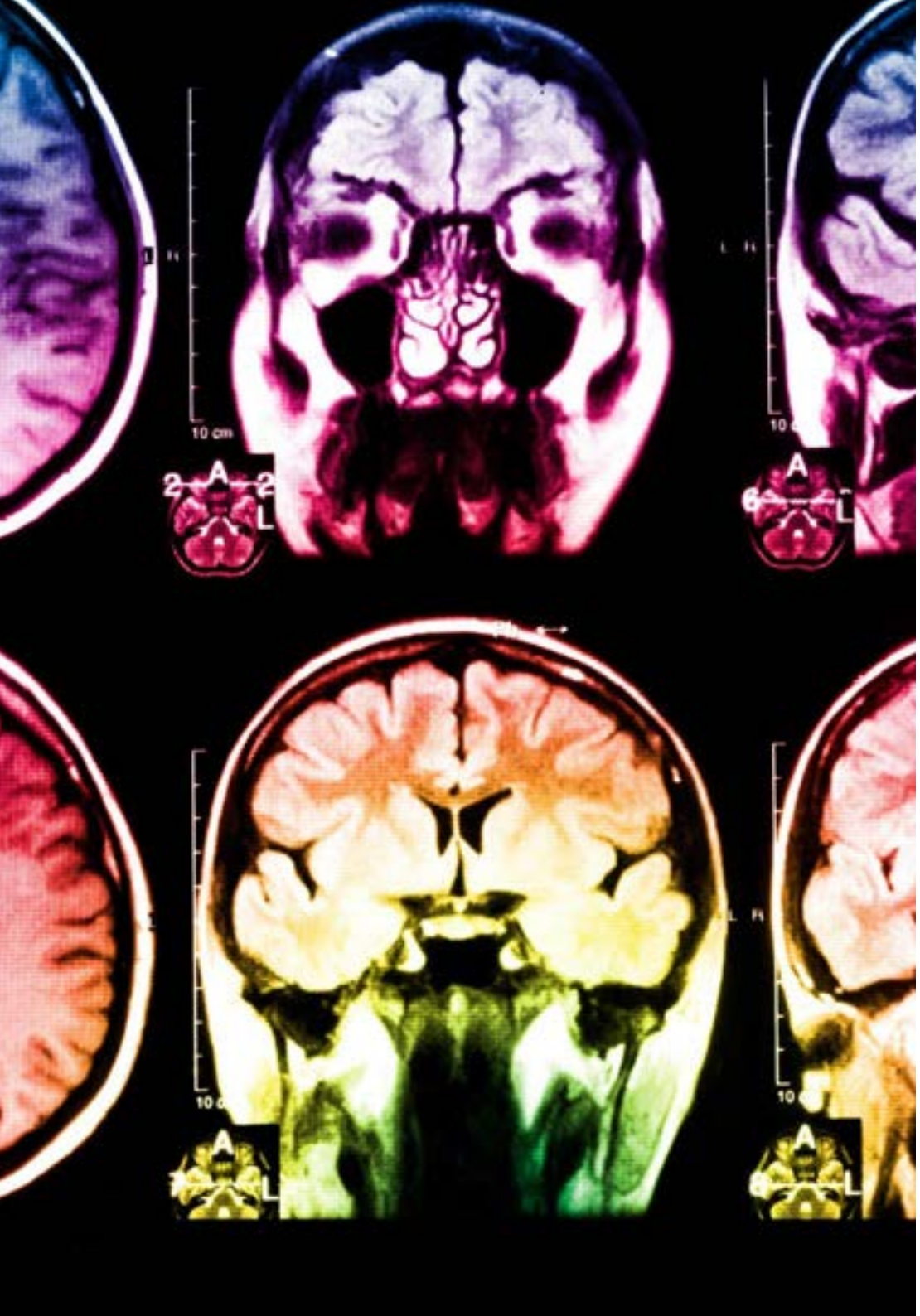
Potenciamos los *case studies* de Harvard con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

En 2019, obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos…) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.





En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, se combinan cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu capacitación, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.

Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:

Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.

Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

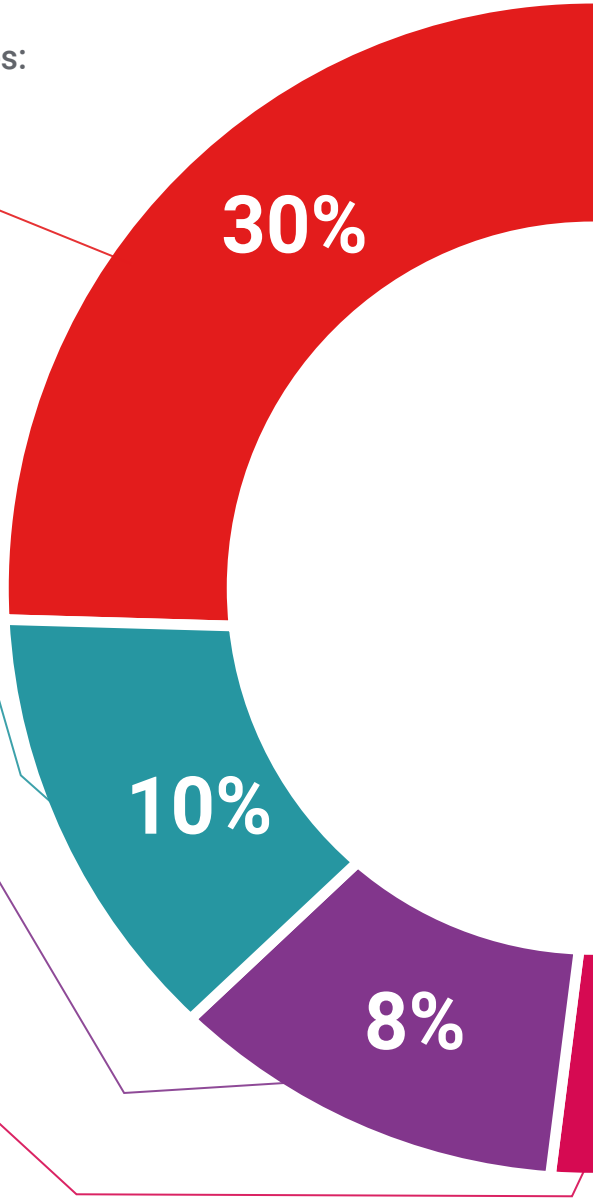
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

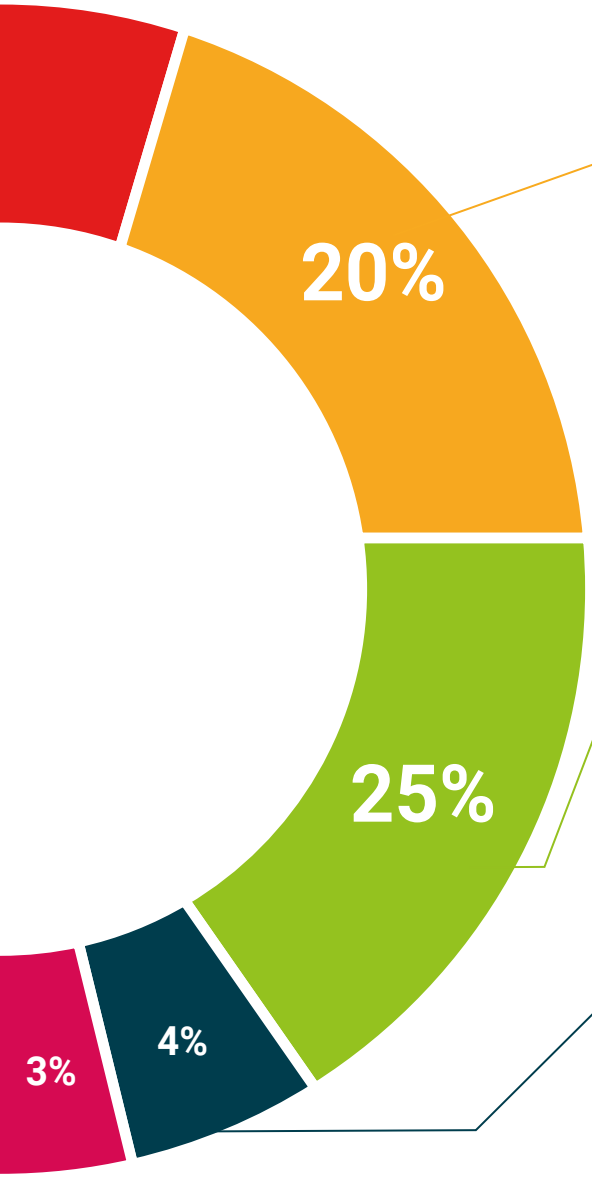
Prácticas de habilidades y competencias

Realizarán actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.

Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores cases studies de la materia que se emplean en Harvard. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.

Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".

Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.

07

Titulación

El MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Universidad Tecnológica.





Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este **MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Propio** emitido por **TECH Universidad Tecnológica.**

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Máster Título Propio, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Máster Título Propio MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos**

Nº Horas Oficiales: **1.500 h.**



tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

MÁSTER TÍTULO PROPIO

en

MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos

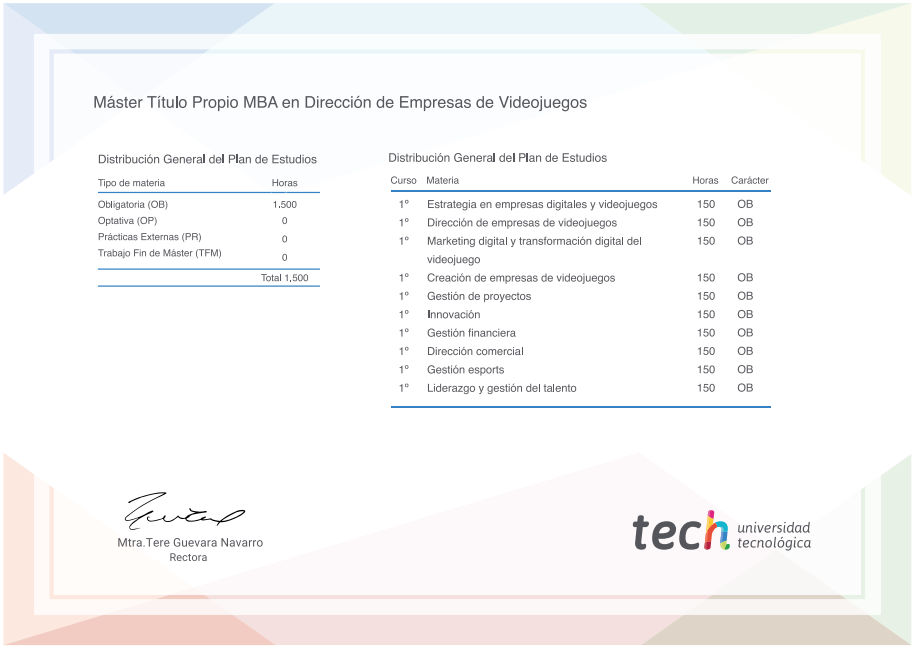
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

A 17 de junio de 2020

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

Este título propio se deberá acompañar siempre del título universitario habilitante expedido por la autoridad competente para ejercer profesionalmente en cada país. código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos



Máster Título Propio MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos

Distribución General del Plan de Estudios

Tipo de materia	Horas
Obligatoria (OB)	1.500
Optativa (OP)	0
Prácticas Externas (PR)	0
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0
	Total 1.500

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	Horas	Carácter
1º	Estrategia en empresas digitales y videojuegos	150	OB
1º	Dirección de empresas de videojuegos	150	OB
1º	Marketing digital y transformación digital del videojuego	150	OB
1º	Creación de empresas de videojuegos	150	OB
1º	Gestión de proyectos	150	OB
1º	Innovación	150	OB
1º	Gestión financiera	150	OB
1º	Dirección comercial	150	OB
1º	Gestión esports	150	OB
1º	Liderazgo y gestión del talento	150	OB

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

tech universidad tecnológica

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

tech universidad tecnológica

Máster Título Propio

MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos

Modalidad: **Online**

Duración: **12 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **1.500 h.**

Máster Título Propio

MBA en Dirección de Empresas de Videojuegos



tech universidad tecnológica